

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas layanan, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian *online* Shopee.co.id. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif.

Teknik pengambilan sampel ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 98 orang responden. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang melakukan pembelian *online* Shopee.co.id. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,200 dan tingkat signifikansi sebesar 0,006. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,480 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000. *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,226 dan tingkat signifikansi sebesar 0,009.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Layanan, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of price, service quality and word of mouth on buying decision of online Shopee.co.id.

The research was quantitative. The sample collection technique used purposive sampling with 98 respondents as sample. While, the population was all customers/buyers who bought the products at Shopee.co.id. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regression.

The research result concluded price had positive and significant effect on buying decision with regression coefficient of 0,200 and significance of 0,006. Moreover, the service quality had positive and significant effect on buying decision with regression coefficient of 0,480 and significance of 0,000. In addition, word of mouth had positive and significant effect on buying decision with regression was coefficient of 0,226 and significance of 0,009.

Keywords : Price, Service Quality, Word of Mouth, Buying Decision.

